

2022年 7月度 売上速報

■ 百貨店事業

阪急阪神百貨店	売上高前年比(%)
阪急本店	111.0
阪神梅田本店	182.1
支店計	98.6
全店計	110.2

※2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、月次の売上速報および営業概況につきましては、当該基準等適用前の取扱高で開示しております。

○ 全店の概況

- ・ 7月に入り新型コロナウイルスの新規感染が全国的に急拡大し、中旬以降、売上高の伸びは鈍化するも、阪急・阪神両本店が牽引し、売上高は前年比2ケタ増となった。
- ・ インバウンドを除く国内売上高の2019年対比は、都心店計で100%とコロナ前と同水準の結果。中でも阪急・阪神両本店の国内売上高はともに104%、阪神はインバウンドを含めた対比でも102%といずれも実績を上回った。
- ・ お中元ギフト商戦累計では、昨年高伸したインターネット受注は売上高前年対比100%と堅調も、7月に入り新型コロナウイルスの新規感染急拡大に伴い店頭での承りが苦戦し、合計で前年実績を下回る。商品別では、猛暑によりビール・そうめん・涼菓・清涼飲料が健闘。
- ・ 6月にビジネスモデル特許を取得したリモートショッピングサービス「Remo Order」が、支店での活用もさらに広がり、売上高は前年比約3割増と好調。

○ 阪急本店の概況

- ・ 3年ぶりに、夏のクリアランスを1日から一斉スタートしたが、セールの勢いは限定的で大きな嵩上げにはいたらず。一方、婦人・紳士ファッションは定価商材の売上高が伸長し、中でもブラウスや帽子、サンダル、サングラス、パルソルなど実需アイテムの動きが良く、セールも含めて前年実績をクリアした。価格に関わらず「欲しいものを欲しい時に買う」消費スタイルが顕著。また、夏休みに向けたニーズも本格化し、大型のキャリーケースなどが好調。
- ・ カテゴリーでは、モード、ラグジュアリーファッションやアクセサリ、バッグ、宝飾品が好調を持続しており、100万円以上の高額品の売上高は前年比3割増と高伸。

※過去1年間の売上高推移

前年比(%)

	2021年度						2022年度						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
阪急本店	118.8	86.3	96.8	107.8	119.3	123.5	122.1	106.9	106.9	156.0	597.0	119.9	111.0
阪神梅田本店	85.7	31.8	57.8	90.5	114.6	135.3	122.1	97.5	134.5	242.4	507.5	214.8	182.1
支店計	106.8	91.4	94.9	101.9	102.2	103.9	107.7	94.9	96.7	113.5	164.6	109.7	98.6
全店計	111.0	84.4	93.1	103.7	111.5	115.8	115.7	101.0	104.5	142.0	298.6	121.5	110.2

■ 食品事業

イズミヤ	売上高前年比(%)	阪急オアシス	売上高前年比(%)	関西スーパー	売上高前年比(%)
全店計	100.1	全店計	94.4	全店計	99.1

※関西スーパーは参考数値です。

★数値は速報値のため、確報値とは誤差が生じることがあります。

<本件に関するお問い合わせ先>
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 広報部 TEL:06-6367-3181